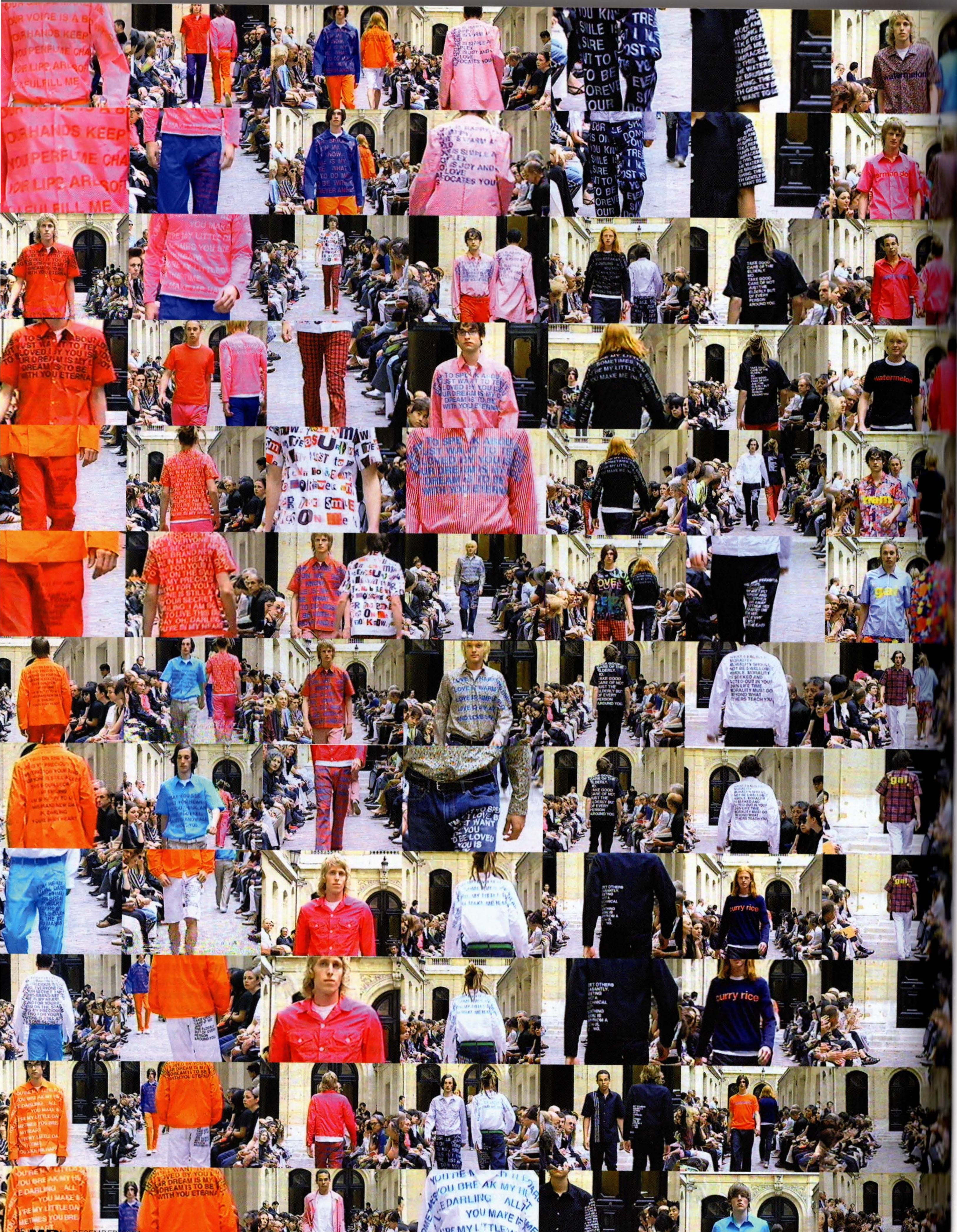


JUNYA WATANABE

Junya Watanabe Comme des Garçons Man

渡辺淳弥 ジュンヤ ワタナベ・コム デ ギャルソン マン

Q. 今回のジュンヤ ワタナベ・コム デ ギャルソン マンのコレクションで表現したかったことは何ですか。
A. 表現や提案以前の問題で、物作りとしてベーシックを追求すること。

Q. 今回のコレクションは、リーバイス社とのコラボレーションによるものでしたが、リーバイスを相手に選んだのはどういった理由からですか。
A. "本物"をコレクションの中に入れたかった。

Q. 服にプリントされていた英文のテーマは、"愛、モラル、ユーモア"だそうですが、この三つをテーマにした理由は？
また、この中でつかわれているメッセージは、どのようにして生まれたのですか。
A. 内容以前にまず、テキストとしての表現に興味がありました。内容は、チームで話し合い、つくり出しました。

Q. 今回のコレクションでは、シンプルかつカジュアルなスタイルを提案なさっていましたが、
それはご自身のメンズウェア観を反映させたものですか。それとも、あくまで今シーズンの提案ということなのでしょうか。
A. ブランドとしての今の気分です。

Q. 1992年にジュンヤ ワタナベ・コム デ ギャルソンをスタートさせてから9年後の、今この時期にメンズを始められた理由は何でしょうか。
A. メンズウェアというこだわりより、物作りとして、ベーシックへのこだわりから、結果的にメンズというカテゴリーを選択しました。

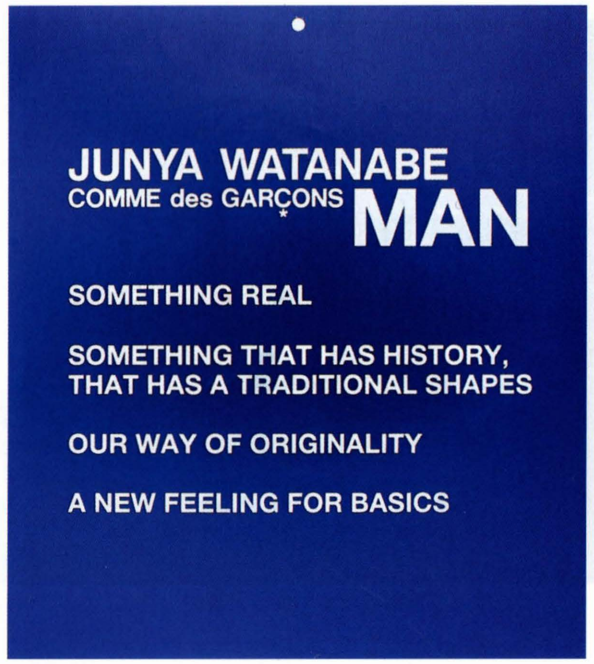
Q. ジュンヤ ワタナベ・コム デ ギャルソン マンのコレクションでは、"本物"ということにこだわっていますが、渡辺さんにとって"本物"とは？
A. STANDARD、HISTORY、COMPLETE WORK。

Q. ご自身のクリエーションとして、レディスとメンズの違いをどのように
とらえていますか。逆に、共通するコンセプトはありますか。
A. 物作りの視点では同じですが、サイズの違いと、気分の違いは大きいです。

Q. ジュンヤ ワタナベ・コム デ ギャルソン マンでいちばん大切にしたいこと、
あるいは将来的に、このブランドを通して提案していきたいことは何ですか。
A. ベーシックの追求。

Q. 今回メンズを始めるにあたって、またでき上がったコレクションに対して、
川久保玲氏からは、何か言葉がありましたか。
A. ありませんでした。経営者の立場での話は少しありました。

●1984年、コム デ ギャルソンに入社。'87年、トリコ・コム デ ギャルソンのデザイナーに。'92年、ジュンヤ ワタナベ・コム デ ギャルソンをスタート。同年、東京で初のコレクションを行ない、翌年パリ・コレクションに初参加。2001年6月、パリにてメンズのジュンヤ ワタナベ・コム デ ギャルソン マンのデビューコレクションを発表。



JUNYA WATANABE
COMME des GARÇONS MAN

SOMETHING REAL

SOMETHING THAT HAS HISTORY,
THAT HAS A TRADITIONAL SHAPES

OUR WAY OF ORIGINALITY

A NEW FEELING FOR BASICS

左ページは、今回のコレクションのビデオから静止画像を起こし、編集部で構成したもの。右はブランドのタグシートで、薄いプラスチック素材。